

Mimi Beauty ユーザーのベースメイク利用実態を調査

株式会社 Mimi Beauty（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川 涼子）は、美容オタクのベースメイクの利用実態やそのニーズの変化を明らかにするため、運営する美容メディア「Mimi Beauty」の会員である「mimist」772名に対して、「ベースメイク利用」の実態に関する調査を行いました。



調査概要

調査期間：2025年8月6日～8月12日

調査対象：15～44歳の Mimi Beauty 会員（mimist）（有効回答数：772名）

調査方法：インターネット調査

※ベースメイクを以下と定義

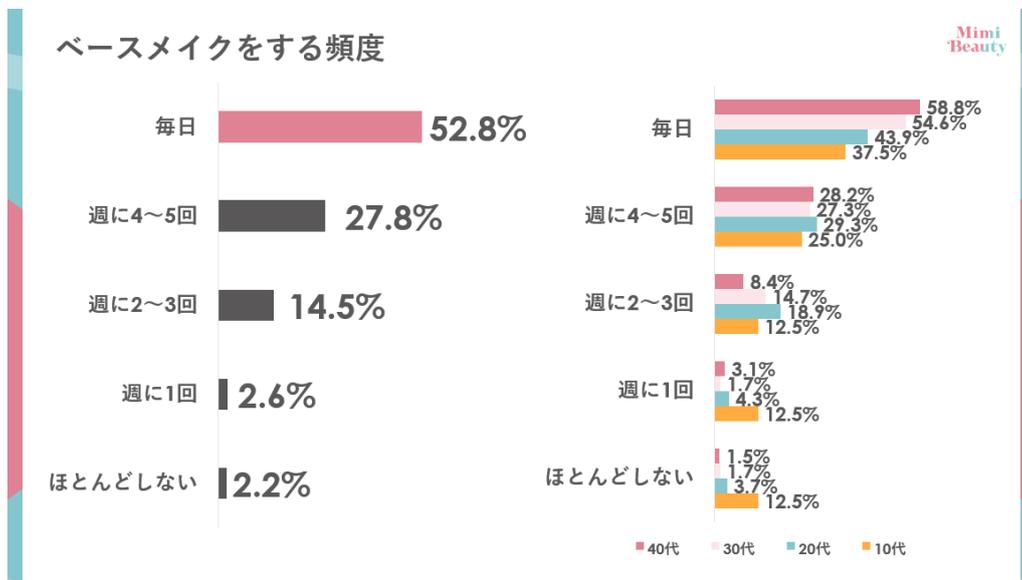
化粧下地、ファンデーション、コンシーラー、フェイスパウダーなどを使って、肌のトーンを均一に整え、毛穴やシミ、赤みなどの肌悩みをカバーし、化粧の仕上がりを美しくするための土台作りを行うメイクの工程

※各項目で値を示す場合は、小数点第二位以下を四捨五入しています。

◆ 毎日ベースメイクをする人が半数以上

まず、ベースメイクの頻度について調査しました。「毎日」と回答した人が最も多く 52.8%、次いで「週に4～5回」と回答した人は 27.8%でした。一方で「週に1回」と回答した人は 2.6%、「ほとんどしない」と回答した人は 2.2%となり、95.2%は週に2回以上ベースメイクをすることが分かりました。

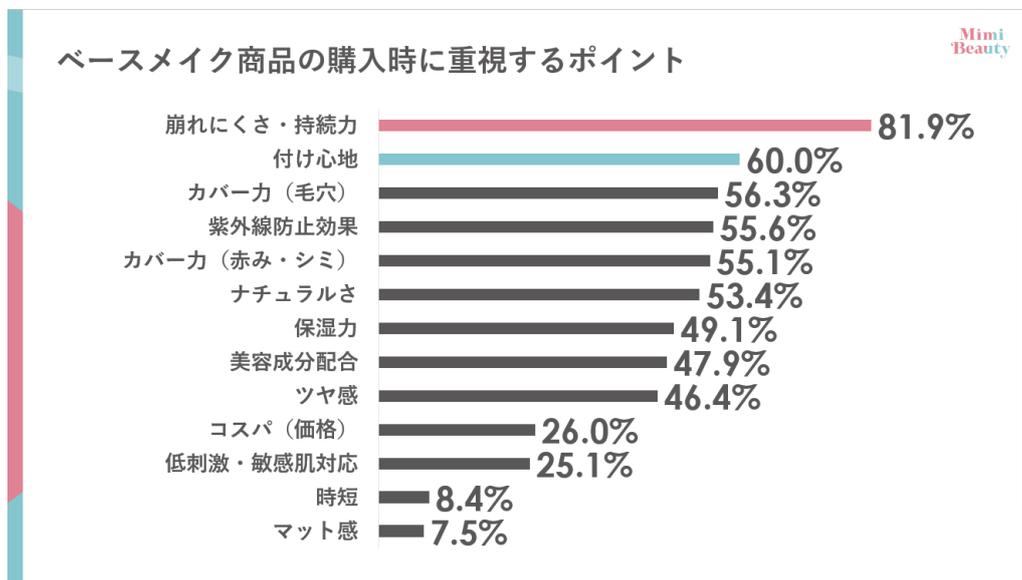
さらに年代ごとに見ると、「毎日」ベースメイクをすると回答した人が最も多かったのは「40代（58.8%）」でした。このことから、美容好きのなかでも特に40代は、毎日の習慣としてベースメイクをしていることが分かります。



◆ ベースメイク商品購入時に最も重視するのは「崩れにくさ・持続力」

続いて、ベースメイク商品の購入時に重視するポイントを調査したところ、81.9%が「崩れにくさ・持続力」と回答しました。また、「カバー力」以上に「付け心地」が重視されている点も注目すべきところです。これは、毎日ベースメイクをする人が半数以上いるため、ベースメイクにも「付け心地」が求められていると考えられます。

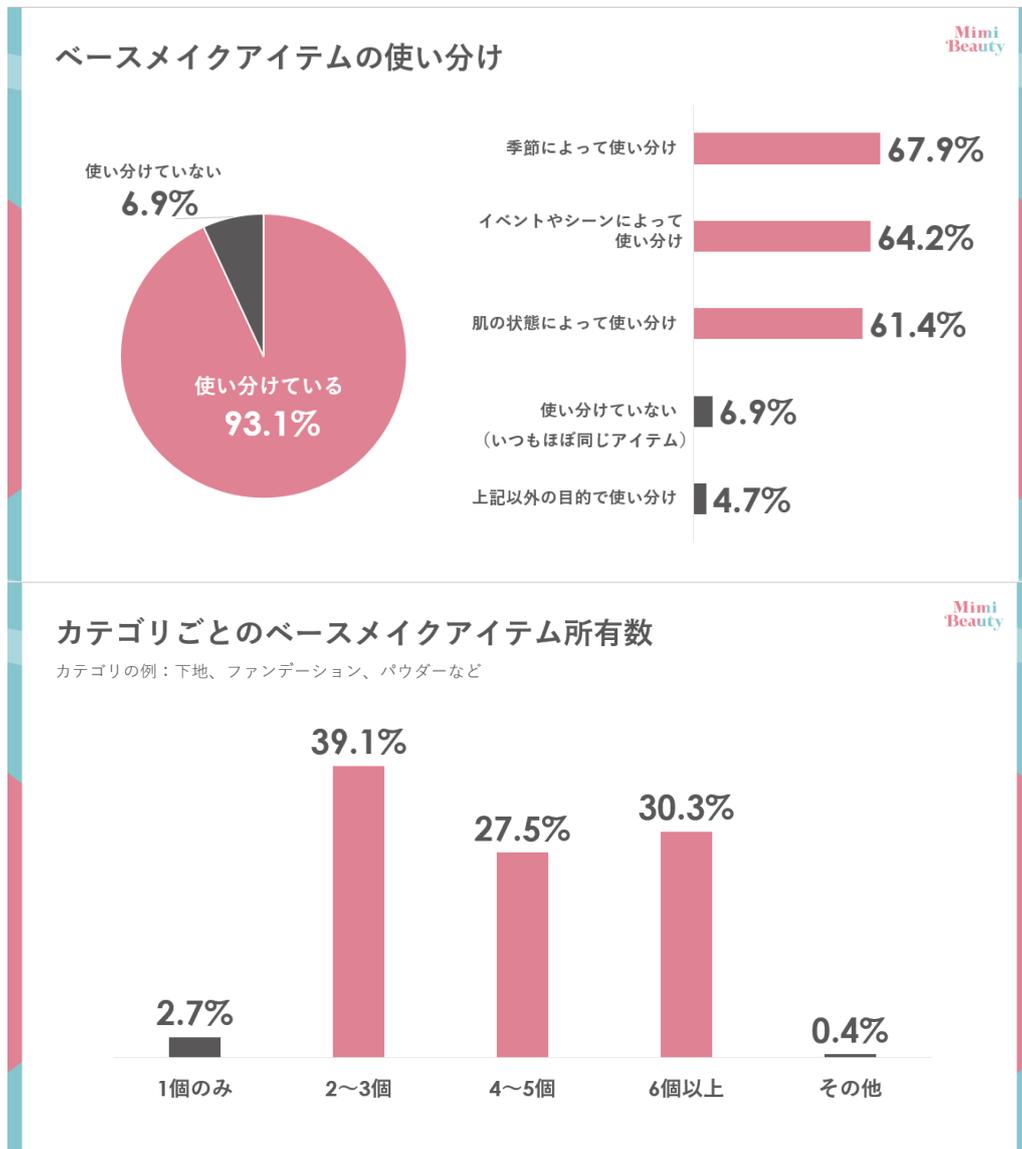
回答者の肌質ごとに集計をすると、全体の結果に比べて、「敏感肌」は「低刺激・敏感肌処方」が35.2%、「乾燥肌」は「保湿力」が22.9%、「ツヤ感」が16.7%、「脂性肌」は「カバー力（毛穴）」が29.8%、「ナチュラルさ」が13.3%多いことが分かりました。このことから、肌質によってベースメイクに求めるものは大きく異なることが明らかになりました。



◆ 60%以上の方が「イベント」「肌の状態」「季節」でベースメイクを使い分け

次にベースメイクアイテムの使い分けについて聞いたところ、「使い分けしている」と回答した人は93.1%でした。また、60%以上が「季節」や「イベントやシーン」、「肌の状態」によってベースメイクアイテムを使い分けしていることが分かりました。

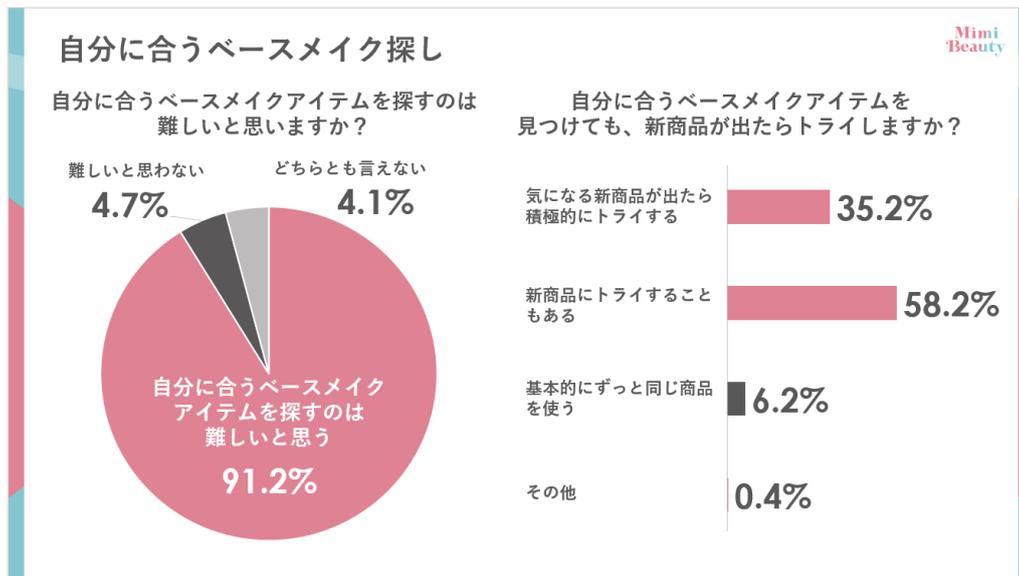
さらに、下地、ファンデーション、パウダーなどベースメイクのカテゴリごとのアイテム所有数については、「2~3個以上」持っている人が約97%でした。このことから、美容好きのほとんどはカテゴリごとにベースメイク商品を複数個所有し、季節やイベント、肌の状態によって商品を使い分けしていることが分かります。



◆ 大多数が「自分に合うベースメイクアイテムを探すのは難しい」と感じ、新しいアイテム探しに意欲的

毎日ベースメイクをする人、場合によってベースメイクアイテムを使い分ける人が多数派である一方で、「自分に合うベースメイクアイテムを探すのは難しいと思う」人は91.2%おり、ベースメイクに課題を感じている人も多くいることが分かりました。また新商品については、35.2%が「気になる新商品が出たら積極的にトライする」、58.2%が「新商品にトライすることもある」と回答していることから、使い慣れたアイテムだけではなく、より自分に合うアイテムを求めて、意欲的にベースメイクアイテムを探していることもうかがえます。

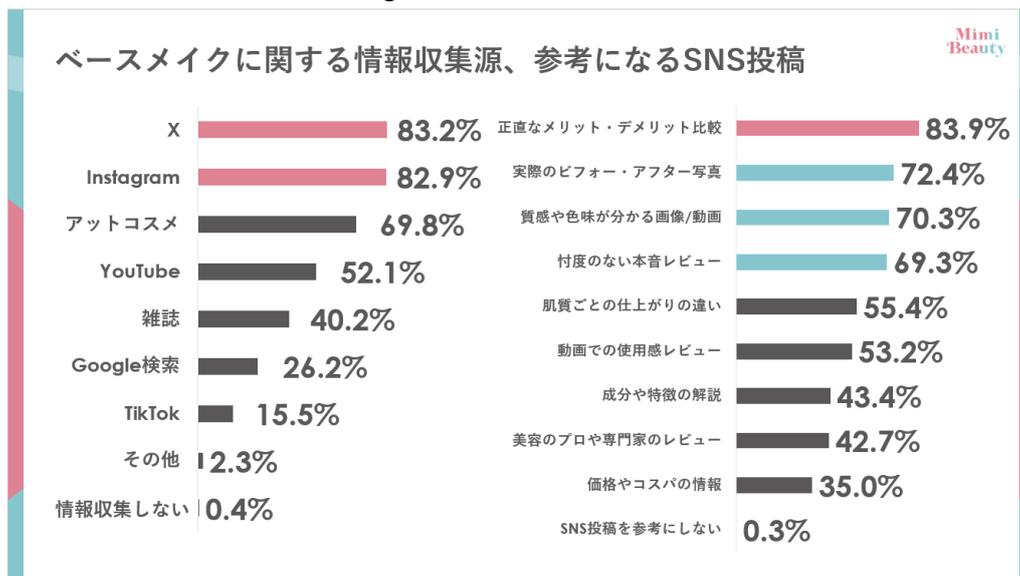
具体的なベースメイクの悩みや、ベースメイクについて知りたいことを自由記述式で調査したところ、「カバー力と透明感・保湿の両立」、「毛穴落ち」、「夏の皮脂崩れ」、「下地やファンデーションなどベースメイクアイテムを組み合わせたときの相性」、「年齢とともに増える肌悩みをふまえた、理想の仕上がりになるベースメイク」など、ベースメイクアイテムと自身の肌質との相性や、季節や年齢などその時々によって変わる課題を抱えていることが分かりました。



◆ 主な情報源は「X」「Instagram」、参考になるSNS投稿は「正直」「本音」がポイント

最後に、ベースメイクに関する情報収集源について調査したところ、「X」が最も多く 83.2%、僅差で「Instagram」が 82.9% となりました。

また、参考になる SNS 投稿の特徴についても調査したところ、「正直なメリット・デメリット比較」が最も多く 83.9%、次いで「実際に使ったビフォー・アフター写真」が 72.4%、「質感や色味が分かる画像／動画」が 70.3% となりました。僅差で 69.3% が「忖度のない本音レビュー」と回答していることから、美容オタクは「正直さ」や「本音」を求めて X や Instagram で情報収集していることが分かります。



以上の調査を通して、美容オタクは、約 97% の人が、季節や肌の状態に応じてベースメイクアイテムをカテゴリごとに 2 個以上使い分けており、中でも半数以上の人 は 4 個以上のアイテムを使い分けていること、またその時々自分に合うベースメイクを求めて意欲的に情報収集していることが分かります。情報収集源としては X や Instagram の比率が高く、正直な投稿が参考にされることから、美容オタクへのアプローチにおいては、SNS でのクチコミ醸成やクチコミ活用が有効になると考えられます。今後も Mimi Beauty は、美容オタクの実態を明らかにするため、調査を続けていきます。

◆ 引用・転載時のクレジット表記のお願い

- ・本リリースの引用・転載にあたって使用許諾は不要ですが、必ず当社クレジットをご明記ください。
なお、引用・転載の際は公開後で構いませんのでその旨をご連絡いただけますと幸いです。
例：「Mimi Beauty 調べ」、「Mimi Beauty が実施した調査によると…」
- ・「Mimi Beauty」へのリンクをお願いいたします。 ※媒体特性等により難しい場合は不要です。
<https://mimitv.co.jp/>

◆ Mimi Beautyについて

「Mimi Beauty」は「美容でときめく世界を、一緒に」をコンセプトに掲げ、SNS に特化したメディア運営を行っています。美容情報の発信にとどまらず、美容にまつわる様々な体験をユーザーに提供することで、ユーザーとともに進化し、ともに作りあげるメディアへと進化してまいります。それにより、すべての人々が“美の変化”を楽しめるきっかけを創出することを目指します。

Mimi Beauty サイト URL：<https://mimitv.co.jp/>

Mimi Beauty 公式 X (旧 Twitter) アカウント (@MimiBeauty_)：https://x.com/@MimiBeauty_

Mimi Beauty 公式 Instagram アカウント (@mimi_beauty.official)：https://www.instagram.com/mimi_beauty.official/

Mimi Beauty 公式 YouTube アカウント (@Mimi_Beauty1)：https://www.youtube.com/@Mimi_Beauty1

Mimi Beauty 公式 TikTok アカウント (@mimibeauty_official1)：https://www.tiktok.com/@mimibeauty_official1

■本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

株式会社 Mimi Beauty 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F

担当：遠藤（えんどう）・尾辻（おつじ）

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp